

La marca automovilística Ford opta por presentar sus coches a través de la realidad aumentada

La compañía considera fundamental que el cliente pueda conocer el vehículo que va a comprar a través de una demostración que permita no solo observar el modelo sino sentirlo

Ford está tratando de tocar todos los aspectos posibles que puedan condicionar la venta/comercialización de vehículos en los próximos años, y uno de los más importantes es cómo enseñar un coche. Pensemos que cuando vamos al concesionario, como mucho tienen una versión del modelo que nos interesa pero es probable que no esté configurado con el equipamiento que nos interesa, ¿cómo solucionar el problema de la compra a ciegas de un coche?

Las pruebas están versando sobre la realidad aumentada para poder enseñar una radiografía y así lo hemos podido ver en el Salón Internacional del Automóvil de Norte América. Las presentaciones con realidad aumentada permitieron ver a los asistentes las pruebas aerodinámicas que pasó el nuevo Ford GT en el túnel del viento, vivieron una demostración de la transmisión automática de 10 velocidades del nuevo F-150 y vieron cómo es el nuevo EcoSport.

Para demostrar la importancia de esta tecnología, decidieron mostrar a los periodistas en la rueda de prensa ciertas cualidades de sus coches. Lo más habitual es poner un simple vídeo que lo demuestre, pero los responsables decidieron usar la realidad aumentada. De esta forma, los asistentes pudieron ver de una forma diferente la estructura y motores que equipará el futuro Ford EcoSport así como el sistema de sonido.

Una presentación que sirvió como demostración del coche pero también para que los periodistas pudieran sentir lo que sentirá el comprador de un coche dentro de unos años.

El contenido de este comunicado fue publicado primero en la web de Hipertextual

Datos de contacto:

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [Internacional](#) [Automovilismo](#) [Industria](#) [Automotriz](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)